

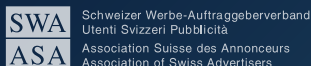
› Marketingbranche Schweiz

Marketing- Dienstleister & Services Report 2026

Presented by



Die folgenden Organisationen und Verbände empfehlen Flinxio



> Inhalt

Vorwort	3
Marketing-Dienstleister & Services Report 2026	4
Summary	4
Marketingbranche Schweiz	5
Rahmenbedingungen	7
Analyse Marketing-Dienstleister	8
Marketing-Dienstleister (Fokus Agenturen)	8
Marketing Services	10
Branchenerfahrungen	13
Unternehmensstruktur	14
Regionale Verteilung	16
Branchenverbände	18
Suchtrends	21
Verhältnis der Suchanfragen	21
Marketing Services	22
Unternehmenskategorien	23
Branchenerfahrung	24
Marktabgleich	25
Angebot vs. Nachfrage	25
Über Flinxio	26



«Dieser Report versteht sich als Beitrag zu mehr Transparenz in der Schweizer Marketingbranche sowie als Seismograph für strukturelle Veränderungen.»

Liebe Leserin, lieber Leser

Die Schweizer Marketingbranche befindet sich in einem starken Wandel: Neben der angespannten Wirtschaftslage schreitet die technologische Entwicklung unaufhaltsam voran. Dabei hat die künstliche Intelligenz erheblichen Einfluss auf die gesamte Branche: Die Anzahl spezialisierter Anbieter wächst, neue Dienstleistungen entstehen, bestehende verschieben sich oder verlieren an Relevanz. Die Veränderungen betreffen sowohl grosse Agenturen als auch Kleinst- und Mikrounternehmen wie Texter oder Illustratoren.

Für Werbeauftraggeber wird es dadurch immer anspruchsvoller, den Überblick zu behalten und den passenden Partner für ein Marketing-Projekt zu finden. Denn nicht der Mangel an Anbietern ist heute die Herausforderung – sondern die Auswahl des passenden. Gleichzeitig stehen Marketing-Dienstleister unter wachsendem Druck, sich klar (neu) zu positionieren und ihre Leistungen nachvollziehbar zu differenzieren.

Aus Perspektive von Angebot und Nachfrage schafft diese Dynamik neue Chancen, führt aber gleichzeitig zu zunehmender Intransparenz. In einem solchen Umfeld gewinnen strukturierte und unabhängige Marktinformationen an Bedeutung – nicht zuletzt auch deshalb, weil diese von KI-Tools vorzugsweise als Quelle genutzt werden. Als neutrales B2B-Marketingportal verfolgt Flinxio das Ziel, diese Transparenz in der Schweizer Marketingbranche nachhaltig zu erhöhen und so den Marktakteuren bessere Orientierung zu ermöglichen.

Der Marketing-Dienstleister & Services Report 2026 basiert auf einer Auswertung der Daten von über 6'500 Dienstleistern, mehr als 300 Marketing Services sowie dem Suchverhalten auf der Plattform. Er bündelt die zentralen Erkenntnisse aus diesen Daten und liefert einen strukturierten Blick auf Angebot und Nachfrage in der Schweizer Marketingbranche. Zudem soll er zukünftig die strukturellen Veränderungen sichtbar machen.

Wir sind überzeugt, dass diese Transparenz eine zentrale Voraussetzung für fundierte Entscheidungen und somit für erfolgreiches Marketing ist. In diesem Sinne wünschen wir Ihnen eine erkenntnisreiche Lektüre.

René Amstutz
Founder & CEO Flinxio

Summary

Die Schweizer Marketingbranche ist charakterisiert durch eine hohe Fragmentierung sowie eine grosse Vielfalt an Anbietern und Dienstleistungen. Die über 6'000 Marketing-Dienstleister sind stark durch Kleinst- und Mikrounternehmen geprägt: Rund 95 % der Unternehmen beschäftigen maximal zehn Mitarbeitende und die grosse Mehrheit ist inhabergeführt. Damit weist die Marketingbranche gegenüber dem gesamten Tertiärsektor einen überdurchschnittlich hohen Anteil an Kleinstunternehmen auf. Regional konzentriert sich das Angebot vor allem auf die deutschsprachige Schweiz – dies mit einem klaren Schwerpunkt in der Region Zürich.

Mit rund 300 Marketing Services ist das Angebot breit gefächert. Klassische Agenturdisziplinen wie Grafikdesign und Branding zählen zu den wichtigsten Angebotsfeldern. Ein markanter Teil des Angebots umfasst strategische und konzeptionelle Services, was auf den grossen Stellenwert von vorgelagerten Beratungsleistungen hinweist. Gleichzeitig sind die Grenzen zwischen den Agenturtypen mehrheitlich fließend, da viele Anbieter disziplinübergreifend tätig sind.

Diese Tatsache hat deutliche Auswirkungen auf die Nachfrage: Über zwei Drittel der Werbeauftraggeber suchen gezielt nach spezifischen Marketing Services. Das höchste Nachfrageniveau weisen Services rund um Branding und digitale Präsenz auf.

Während diese Marketing-Kernleistungen das Fundament der Nachfrage bilden, ist die Nachfrage nach anderen Services breit gestreut. Auch andere Kriterien wie beispielsweise der Agenturtyp spielen eine untergeordnete Rolle. Der Marktvergleich zeigt jedoch eine hohe Übereinstimmung zwischen Angebot und Nachfrage in den zentralen Leistungsfeldern.

Insgesamt zeigt die Analyse eine breit diversifizierte Marketingbranche, in der eine hohe Leistungsvielfalt auf eine primär serviceorientierte Nachfrage trifft.

Marketingbranche Schweiz

Marktübersicht

Die Schweizer Marketingbranche ist durch eine hohe Dynamik und zunehmende Komplexität geprägt. Während zentrale Kennzahlen, wie beispielsweise Netto-Werbeumsatz oder Daten zur Mediennutzung, statistisch erfasst werden, ist die Angebots- und Nachfragestruktur auf Seiten der Marketing-Dienstleister deutlich weniger transparent.

Ein wesentlicher Grund dafür liegt in der fortschreitenden Spezialisierung: Sowohl die Anzahl Marketing-Dienstleister wie auch das Spektrum an Marketing Services nehmen stetig zu. Neben den etablierten, grösseren Werbeagenturen gibt es zahlreiche spezialisierte Dienstleister, die einzelne Disziplinen abdecken.

Diese Entwicklung führt zu einem stark fragmentierten Markt. Das bietet einerseits vielfältige Chancen, führt aber gleichzeitig zu steigender Komplexität und Intransparenz. Für Werbeauftraggeber bedeutet dies: Nicht der Zugang zu Dienstleistungen ist die Herausforderung, sondern die Auswahl des passenden Partners.

Die folgende Darstellung zeigt die Einordnung der Marketing-Dienstleister innerhalb der Wertschöpfungskette zwischen Werbeauftraggebern, Werbeträgern/Medien und Zielgruppen.

Der Marketing-Dienstleister & Services Report 2026 fokussiert sich insbesondere auf Angebot und Nachfrage im Zusammenhang mit der Erstellung und Vermittlung von Werbung.



Akteure und Wertschöpfungskette der Marketingbranche inkl. Report-Fokus.

Marketing-Dienstleister: Angebotsperspektive

Eine systematische und umfassende Erfassung bzw. Abbildung von Marketing-Dienstleistern ist in der Schweiz nur eingeschränkt möglich. Offizielle Klassifikationen, wie die NOGA-Codes des Bundesamts für Statistik, strukturieren zwar einen Teil der relevanten Anbieter (bspw. Werbeagenturen). Doch viele Dienstleister haben ihre wirtschaftliche Tätigkeit anders formuliert und anderen Kategorien zugeordnet (bspw. Programmierungstätigkeit oder Unternehmensberatung).

Um dennoch ein möglichst vollständiges Bild der relevanten Marketing-Dienstleister zu erhalten, basiert die vorliegende Analyse auf einer erweiterten Datengrundlage. Durch die Auswertung von Unternehmenszweck und Tätigkeitsbeschreibung in offiziellen Registern sowie ergänzenden Quellen (u.a. Unternehmens-Websites) konnten die Anbieter über verschiedene Kategorien hinweg identifiziert und strukturiert werden (siehe Analyse Marketing-Dienstleister, Seite 8).

Dies ermöglicht erstmals eine differenzierte Betrachtung der Anbieter in der Schweizer Marketingbranche entlang konkreter Services und Spezialisierungen. Und zwar unabhängig von formalen Branchen-zuordnungen.

Werbeauftraggeber: Nachfrageperspektive

Der fragmentierten Angebotsseite steht eine ebenso differenzierte Nachfrage gegenüber. Die Werbeauftraggeber suchen zunehmend nach spezifischen Dienstleistungen, welche auf ihre individuellen Bedürfnisse zugeschnitten sind. Dabei sind Marketing Services und Branchenerfahrungen wichtige Kriterien.

Gleichzeitig fehlt jedoch häufig die Transparenz, welche Dienstleister für welche Anforderungen tatsächlich in Frage kommen. Klassische Suchmöglichkeiten oder Branchenverzeichnisse bieten

hierfür nur begrenzte Orientierung, da sie das Angebot nicht ganzheitlich neutral und/oder nicht vollständig abbilden. Diese Problematik betrifft auch die neuen Suchmöglichkeiten basierend auf KI-Tools.

Die Analyse von Suchanfragen auf Flinxio ermöglicht eine datenbasierte Perspektive auf die Nachfrage. Sie zeigt, welche Marketing Services besonders häufig gesucht werden, welche Branchenerfahrungen relevant sind und wie sich die Präferenzen verändern.

Einordnung des Reports

Der vorliegende Marketing-Dienstleister & Services Report 2026 verbindet die Angebots- mit der Nachfrageperspektive und schafft damit eine strukturierte Grundlage für die fokussierte Analyse dieses Bereichs der Schweizer Marketingbranche.

Im Zentrum des Reports steht deshalb nicht die Abbildung des Gesamtmarktes. Unsere datenbasierte Analyse bildet die Anbieterlandschaft möglichst vollständig ab und kombiniert sie mit dem Suchverhalten der Werbeauftraggeber. Daraus entsteht in erster Linie eine transparente Marktübersicht, die für die zentralen Akteure in der Schweizer Marketingbranche Orientierung bietet.

Rahmenbedingungen

Überblick

Der Marketing-Dienstleister & Service Report 2026 ermöglicht eine datenbasierte Analyse der Marketing-Dienstleister sowie der Nachfrage nach Marketing Services in der Schweizer Marketingbranche. Im Zentrum steht die strukturierte Auswertung der Anbieterlandschaft, um Transparenz in einem zunehmend unübersichtlichen und sich schnell verändernden Markt zu schaffen.

Ziele

Der Report verfolgt drei zentrale Ziele:

1. Transparenz schaffen

Die Struktur der Marketing-Dienstleister in der Schweiz wird erstmals systematisch und umfassend entlang konkreter Spezialisierungen und Services dargestellt.

2. Angebot und Nachfrage verknüpfen

Durch die Verknüpfung von Anbieterinformationen mit dem Suchverhalten auf dem Portal entsteht eine strukturierte Perspektive auf Angebot und Nachfrage.

3. Entwicklungen aufzeigen

Die Analyse soll in Zukunft Veränderungen in der Angebotsstruktur und der Nachfrage aufzeigen.

Datengrundlage

Die Analyse basiert auf einer systematischen Auswertung der Flinxio-Datenbasis (Stand April 2026). Dazu gehören unter anderem:

- **6'062 Unternehmensprofile von Marketing-Dienstleistern (Fokus Agenturen)**
inkl. Standort, Unternehmensgrösse und -führung, Zugehörigkeit zu Branchenverband, mind. 1 Unternehmenskategorie und mind. 2 Marketing Services
- **297 Marketing Services**
u.a. in den Kategorien Management & Strategie, Content & Text, Grafik & Design, PR & Sponsoring, Digital & Online Marketing, Social Media, Video / Audio & Animation, Live Kommunikation

Ergänzt wird die Angebotsperspektive durch die Analyse des Suchverhaltens auf dem Portal (Total 28'207 Suchanfragen im Zeitraum Januar 2025 bis März 2026). Dabei werden unter anderem Suchanfragen und Filtereinstellungen ausgewertet, um Rückschlüsse auf die tatsächliche Nachfrage nach Marketing Services zu ziehen.

Die Verknüpfung dieser beiden Datenquellen ermöglicht eine differenzierte Betrachtung der Schweizer Marketingbranche aus Angebots- und Nachfrageperspektive. Der Report erhebt keinen Anspruch auf Abbildung des Gesamtmarktes. Er fokussiert auf die systematische Analyse der in der Datengrundlage definierten Angaben.

> Analyse Marketing-Dienstleister

Marketing-Dienstleister (Fokus Agenturen)

Die Schweizer Marketingbranche ist mit 6'062 Marketing-Dienstleistern (Fokus Agenturen) breit aufgestellt. Dienstleister mit den Haupttätigkeiten in den Bereichen Design (1'336) und Kommunikation (976) prägen die Angebotsstruktur und stellen die grössten Segmente innerhalb des Marktes dar. Gleichzeitig stehen die 24 Unternehmenskategorien für eine hohe Fragmentierung sowie ausgeprägte Spezialisierung.



6'062

Marketing-Dienstleister¹



24

Unternehmenskategorien²

¹ Abgrenzung der berücksichtigten Marketing-Dienstleister

Die ausgewiesene Anzahl umfasst ausschliesslich Marketing-Dienstleister, die definierte Qualitätskriterien erfüllen. Dazu zählen ein aktiver Handelsregistereintrag, ein gültiger MWST-Status, ein relevanter NOGA-Code (z. B. Werbeagenturen) und ein klar zuordenbarer Unternehmenszweck bzw. entsprechende Dienstleistungen. Dazu kommen in Ausnahmefällen Unternehmen mit relevanter Verbandszugehörigkeit oder ausgewiesene Experten mit entsprechendem Leistungsausweis.

> Fokus auf Agenturen

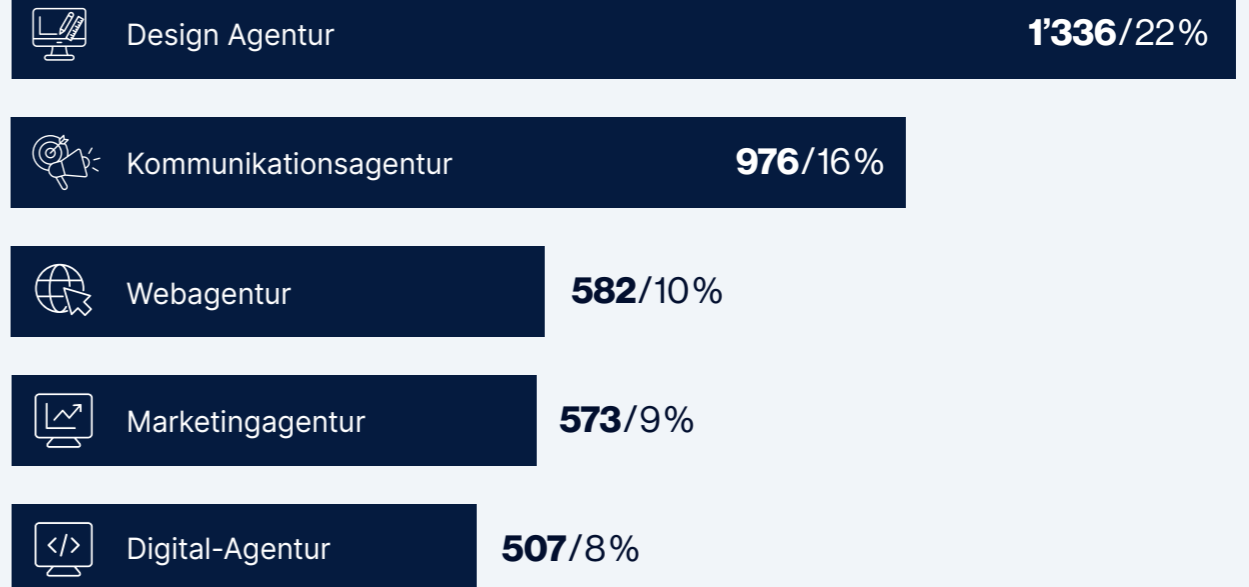
Die Auswertung konzentriert sich primär auf Agenturen als zentrale Akteure bei der Erstellung von Werbung. Der Begriff «Agentur» ist dabei aber umfassender zu betrachten: Neben klassischen Marketing- und Kommunikationsagenturen werden auch spezialisierte Unternehmen berücksichtigt, deren Kernleistungen in diesen Bereichen liegen (z. B. Design, Text oder Webentwicklung).

Nicht Bestandteil der Analyse sind derzeit Unternehmen aus dem erweiterten Marketing-Umfeld, die angrenzende Dienstleistungen erbringen (z. B. Fotografen, Messedienstleister, Druckereien oder Übersetzungsbüros).

² Die Unternehmenskategorie beschreibt die Haupttätigkeit der Marketing-Dienstleister. Eine Umschreibung der berücksichtigten Kategorien finden Sie unter <https://www.flinxio.ch/de/flinxio/unternehmenskategorien>

Top 5 Unternehmenskategorien (Angebot)

Anzahl Unternehmen/Anteil



Anteil (%) im Verhältnis aller eingetragenen Unternehmenskategorien.



Insights

Die Verteilung der über 6'000 Marketing-Dienstleister in 24 Unternehmenskategorien deutet auf einen stark fragmentierten Markt hin.

Dienstleister mit den Haupttätigkeitsfeldern «Design» und «Kommunikation» bilden das Fundament – klassische Agenturdisziplinen sind demnach weiterhin sehr relevant.

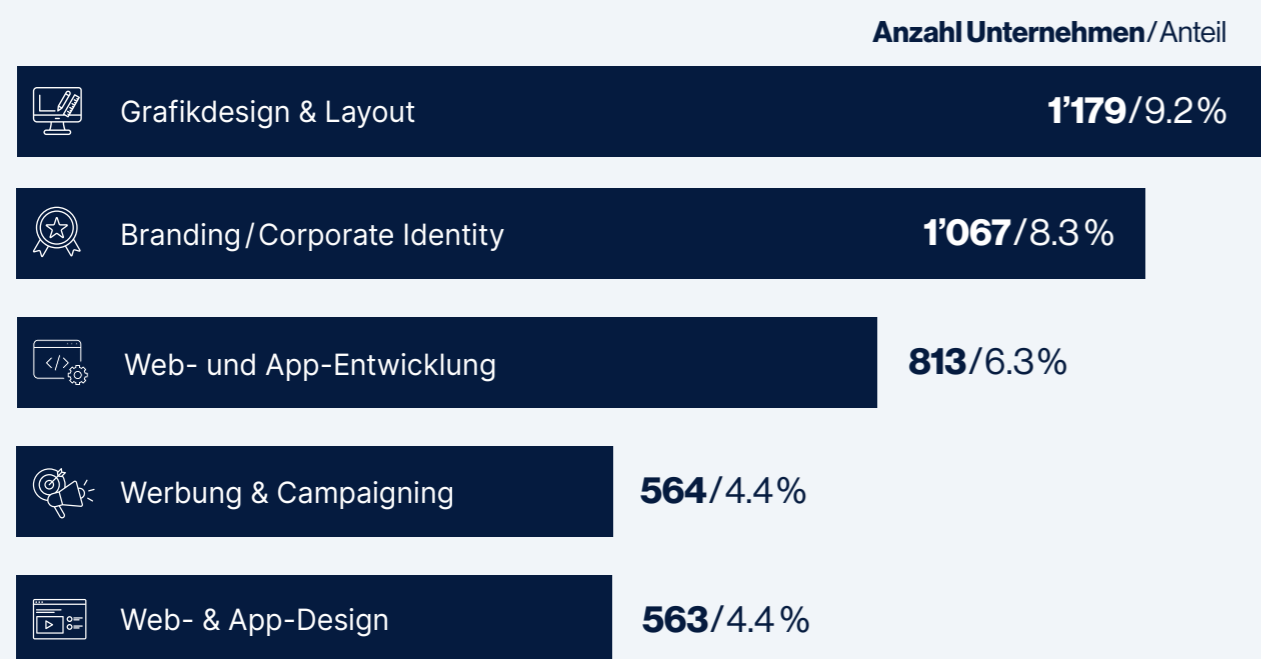
Die Grenzen zwischen den Kategorien sind fließend. So bieten beispielsweise nicht nur Digitalagenturen digitale Leistungen an.

Marketing-Services

Die starke Fragmentierung der Schweizer Marketingbranche zeigt sich besonders deutlich auf Ebene der angebotenen Marketing Services. Denn das Angebot wird stark von volatilen Faktoren wie Technologie und Kaufverhalten geprägt. Die analysierten Daten zeigen die wachsende Vielfalt spezialisierter Services.



Top 5 Marketing Services (Angebot)



Anteil (%) im Verhältnis aller eingetragenen Marketing Services.

Übersicht Servicekategorien (Angebot)

Servicekategorie	Sub-Servicekategorien	Anzahl Services	Anzahl Einträge
Management & Strategie	– Marketing Management – Marketingstrategie / -konzept – Branding/Corporate Identity	35	3'032
Grafik & Design	– Design – Grafikdesign & Layout – Web- & App-Design	39	2'992
Programmierung & Web	– Web- und App-Entwicklung – E-Commerce/ Webshop Entwicklung – Programmierung & Technik	39	1'266
Digital & Online Marketing	– Digital Marketing – Online Marketing	29	1'195
Video / Audio & Animation	– Video Marketing – Video-Produktion – Audio – Animation & VFX	34	1'146
Werbung & Promotion	– Werbung & Campaigning – Promotion Marketing	22	904
Content & Text	– Content Marketing – Text/ Copywriting	28	784
PR & Sponsoring	– Public Relations – Sponsoring	19	572
Live Kommunikation	– Event Management – Event Marketing	17	458
Social Media	– Social Media Management – Social Media Marketing – Influencer Marketing	25	406
CRM & Data	CRM & Data	10	105

Mehrfachzuordnungen möglich – ein Unternehmen kann unter mehreren Services bzw. Servicekategorien eingetragen sein.

Top 5 Sub-Servicekategorien (Angebot)

Sub-Servicekategorie	Anzahl Services	Anzahl Einträge
Branding / Corporate Identity	12	1'847
Grafikdesign & Layout	18	1'733
Web- und App-Entwicklung	13	957
Marketingstrategie / -konzept	8	882
Werbung & Campaigning	14	857

Mehrfachzuordnungen möglich – ein Unternehmen kann mehreren Services bzw. Servicekategorien zugeordnet sein.



Insights

Die 297 Marketing Services stehen für einen stark fragmentierten Markt mit ausgeprägten Spezialisierungen.

Klassische Agenturdisziplinen wie Grafikdesign und Branding dominieren das Angebot und korrelieren mit den Unternehmenskategorien.

Digitale Marketing Services wie Web und Online Marketing verteilen sich über mehrere (Sub-)Kategorien und erscheinen dadurch weniger dominant als sie tatsächlich sind.

Strategische und konzeptionelle Services zählen zu den meistzugeordneten Leistungen, was auf ein umfangreiches Angebot an vorgelagerten Beratungsleistungen hindeutet.

Branchenerfahrungen

Für die vorliegende Analyse wurden sämtliche zugeordneten Branchenerfahrungen aggregiert und ausgewertet. Im Fokus stehen sowohl die Breite der abgedeckten Branchen wie auch die Anzahl der Einträge, welche Rückschlüsse auf branchenspezifische Schwerpunkte im Markt erlauben.



39
Branchenerfahrungen¹

¹ Die Branchenerfahrungen dokumentieren die Erfahrung sowie das spezifische Branchen-Know-how eines Dienstleisters. Eine vollständige Auflistung aller berücksichtigten Erfahrungen finden Sie unter <https://www.flinxio.ch/de/flinxio/branchenerfahrungen>

Top 5 Branchenerfahrungen (Angebot)

Branchenerfahrung	Anzahl Einträge	Anteil Einträge
Architektur / Bau / Immobilien	136	11.3%
Dienstleistungen & Services	132	10.9%
Kultur / Kunst / Unterhaltung	81	6.7%
Gesundheitswesen	79	6.5%
Tourismus / Hotel / Gastronomie	63	5.2%

Insgesamt 1'207 Einträge von Branchenerfahrungen (inkl. Mehrfachzuordnungen).



Insights

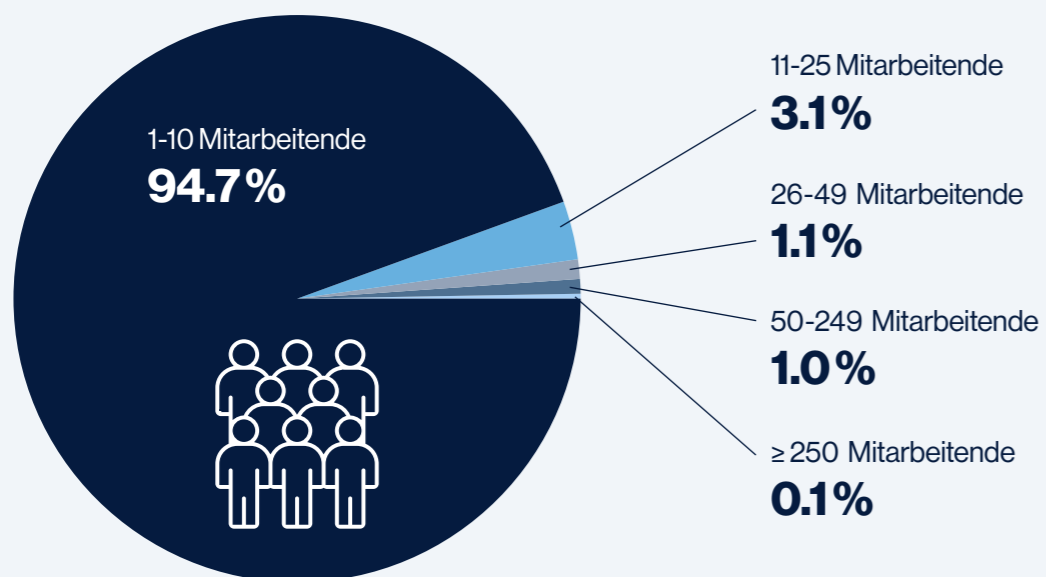
Die Branchenerfahrungen (39) sind breit verteilt. Da keine einzelne Branche dominiert, deutet es auf eine insgesamt diversifizierte Marktausrichtung der Marketing-Dienstleister hin.

Die Branchen «Architektur/Bau/Immobilien» und «Dienstleistungen & Services» weisen die meisten Einträge auf und zählen damit auch zu den wichtigsten Angebotsbereichen der Marketing-Dienstleister.

Unternehmensstruktur

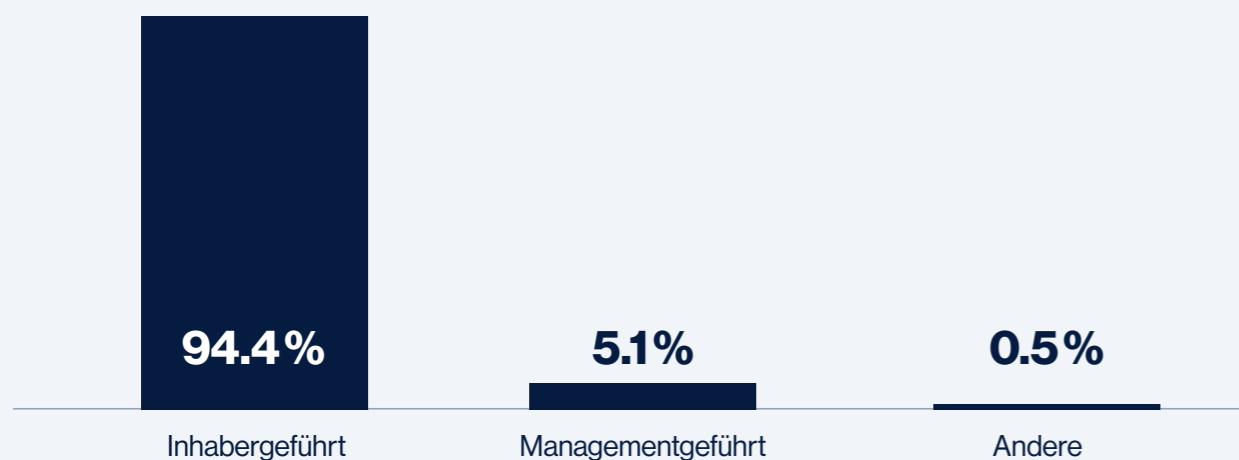
Die Unternehmensstruktur der Dienstleister in der Schweizer Marketingbranche ist stark durch Klein- und Mikrounternehmen geprägt. Das verdeutlicht sowohl die Unternehmensgrösse als auch die Art der Unternehmensführung.

Unternehmensgrösse



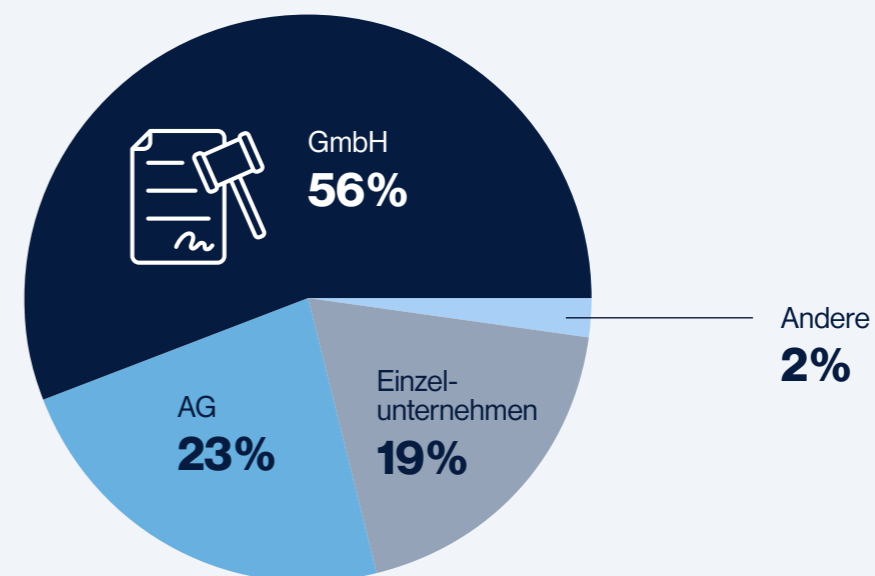
n = 5'775 Marketing-Dienstleister

Unternehmensführung



n = 553 Marketing-Dienstleister

Rechtsformen



n = 6'063 Marketing-Dienstleister

Insights

Kleinst- und Mikrounternehmen dominieren die Unternehmenslandschaft in der Schweizer Marketingbranche: Rund 95 % der Unternehmen beschäftigen maximal 10 Mitarbeitende.

Die klare Dominanz inhabergeführter Unternehmen (94 %) zeigt, dass der Markt stark von unternehmerisch geführten, unabhängigen Agenturen geprägt ist.

Im Vergleich zum gesamten Tertiärsektor weist die Unternehmensstruktur der Dienstleister in der Schweizer Marketingbranche einen signifikant höheren Anteil von Klein- und Mikrounternehmen auf.

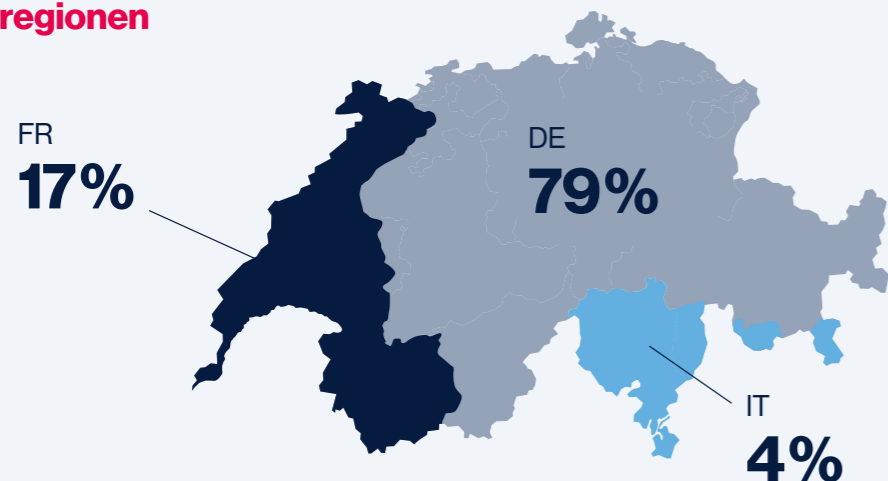
Die Verteilung der Rechtsformen weist einen hohen Anteil von Kapitalgesellschaften auf (79 %). Dies ist primär auf die Tatsache zurückzuführen, dass auf dem Portal ausschliesslich marktrelevante* Unternehmen abgebildet werden.

* siehe Seite 8 «Abgrenzung der berücksichtigten Marketing-Dienstleister».

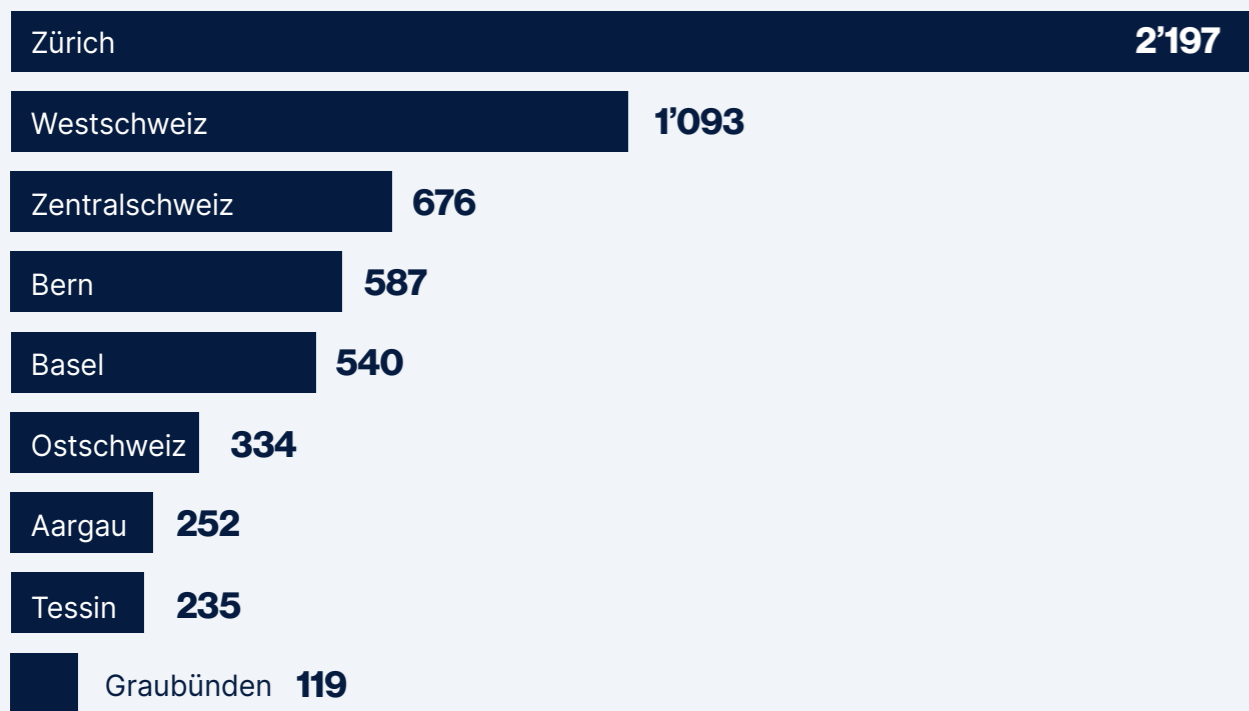
Regionale Verteilung

Die Auswertung zeigt eine klare geografische Konzentration der Marketing-Dienstleister in der Schweiz. Die meisten Unternehmen befinden sich im deutschsprachigen Raum. Sie konzentrieren sich auf wenige wirtschaftliche Zentren, namentlich vor allem auf die Region Zürich.

Sprachregionen

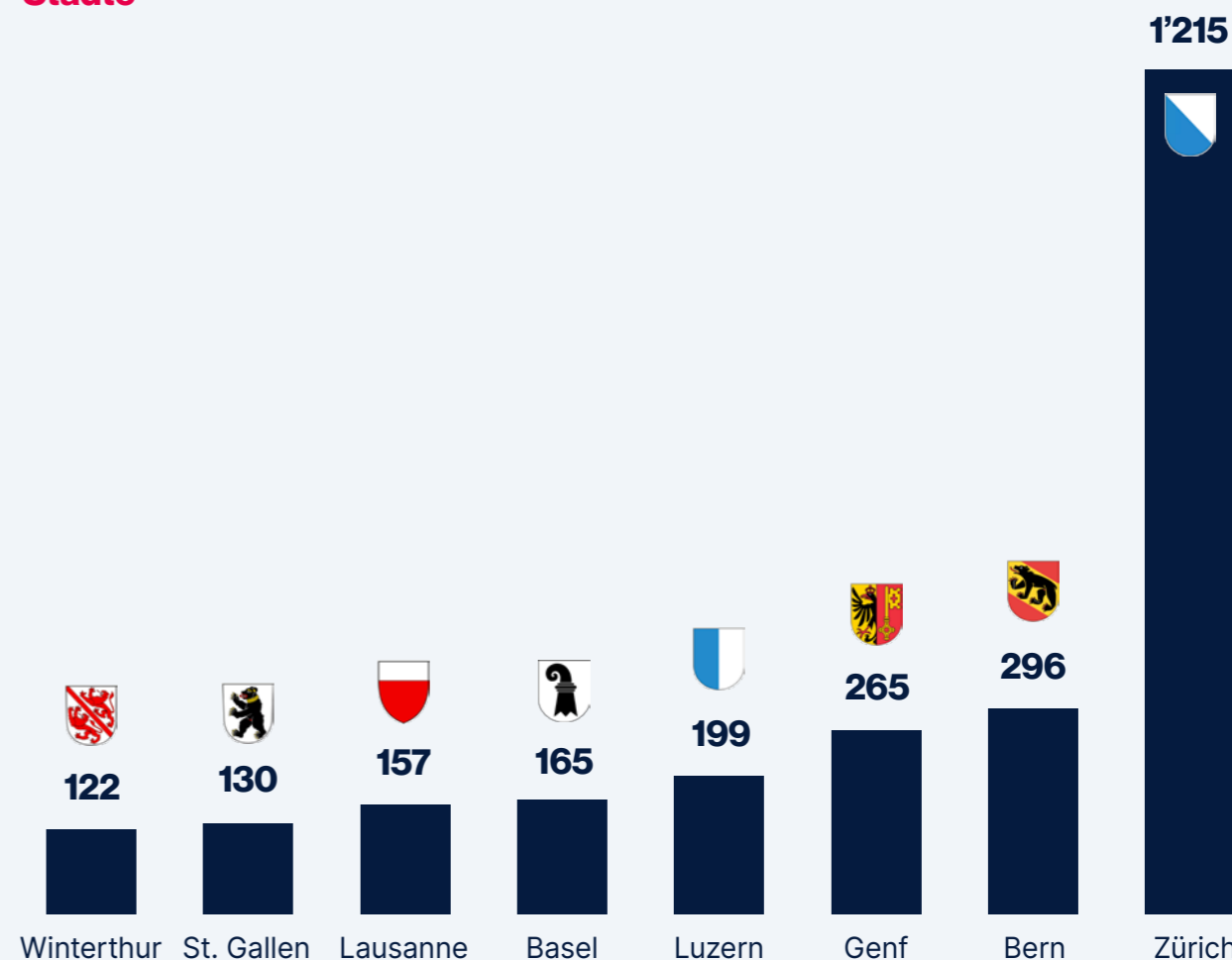


Regionen



n = 6'063 Marketing-Dienstleister

Städte



n = 6'063 Marketing-Dienstleister

Insights

Der Grossteil der Marketing-Dienstleister befindet sich in der deutschsprachigen Schweiz – dies korrespondiert mit der wirtschaftlichen Bedeutung der Regionen.

Insbesondere Region und Stadt Zürich vereinen die meisten Unternehmen auf sich. Dazu gehört auch über die Hälfte der grossen Marketing-Dienstleister mit mehr als 50 Mitarbeitenden.



Branchenverbände

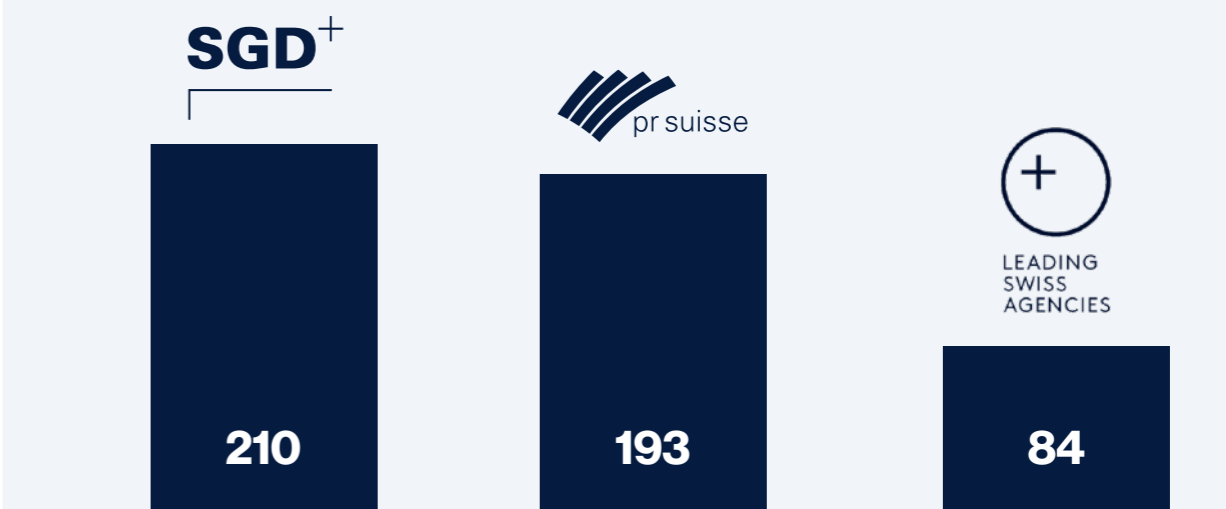
In der Schweizer Marketingbranche spielen Branchenverbände eine wichtige Rolle. Sie übernehmen eine zentrale Funktion für den Austausch, die Interessenvertretung und die Professionalisierung in der Branche. Die Verbandszugehörigkeit stellt ein wichtiges Qualitätsmerkmal für die Kompetenz eines Dienstleisters dar. Die Bedeutung ist jedoch stark abhängig vom einzelnen Verband bzw. dessen Aufnahmekriterien.

Eingetragene Branchenverbände in den Bereichen Marketing und Kommunikation ¹



¹ n = 730 Einträge. Eine vollständige Auflistung aller gelisteten Branchenverbände finden Sie unter <https://www.flinxio.ch/de/flinxio/branchenverbaende>

Top 3 Verbände (nach Anzahl Einträgen)



Die Anzahl der Einträge kann von den effektiven Mitglieder-Zahlen abweichen.

Insights

Über 10 % der Marketing-Dienstleister verfügen über einen Eintrag bzw. sind Mitglied bei einem gelisteten Branchenverband. Dies unterstreicht die Bedeutung der Verbände in der Marketingbranche.

SGD, pr suisse sowie LSA weisen am meisten Einträge auf.

> Suchtrends

Aus der Angebotsperspektive lassen sich nur begrenzt Rückschlüsse auf die Nachfrage nach Marketing-Dienstleistungen ziehen. Erst die Analyse der Suchanfragen auf Flinxio ermöglicht eine direkte, datenbasierte Sicht auf das Nachfrageverhalten.

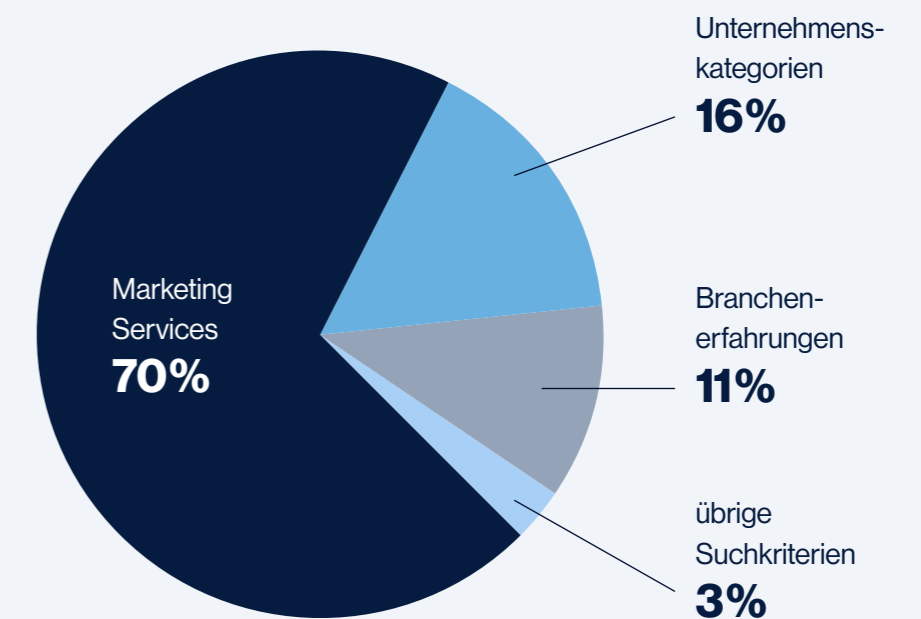
Für den Zeitraum Januar 2025 bis März 2026 wurden Suchtrends entlang von drei Dimensionen ausgewertet: Marketing Services, Unternehmenskategorien und Branchenerfahrungen. Diese Auswertung macht sichtbar, welche Leistungen besonders stark nachgefragt und welche Agenturkategorien bevorzugt werden sowie in welchen Branchen spezifische Expertise gesucht wird.



Verhältnis der Suchanfragen

Das Verhältnis der Suchanfragen in den Dimensionen Services, Unternehmenskategorien und Branchenerfahrungen zeigt, welchen Stellenwert die einzelnen Kriterien bei der Suche haben.

Verhältnis der Suchanfragen



Insights

Auftraggeber suchen in erster Linie nach konkreten Services – die Lösung einer konkreten Aufgabenstellung steht im Vordergrund.

Die Unternehmenskategorien sind für Werbeauftraggeber bei der Suche weniger relevant. Da viele Agenturen disziplinübergreifend arbeiten, bieten die Kategorien dementsprechend weniger Orientierung.

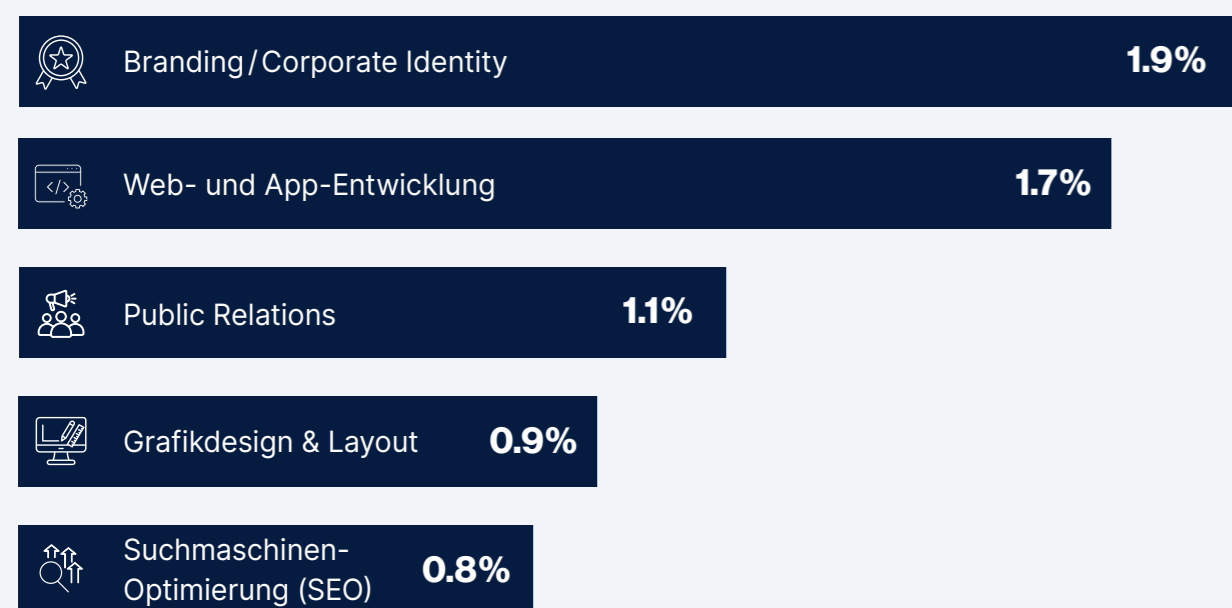
Branchenexpertise ist zwar kein primärer Massen-Einstieg wie die Services, dient aber als wichtiges Kriterium für die gezielte Suche nach einem Partner, der sich in der Materie auskennt.



Marketing Services

Die Analyse der Suchanfragen zeigt, welche konkreten Marketing Services von Unternehmen aktiv nachgefragt werden. Dabei weisen klassische Marketing-Kernleistungen wie Branding, Web- und App-Entwicklung sowie Public Relations eine hohe Nachfrage auf. Jedoch spielen auch spezifischere Services wie beispielsweise SEO eine wichtige Rolle.

Top 5 Marketing Services (Nachfrage)



Anteil (%) am Total der Suchanfragen «Services».



Insights

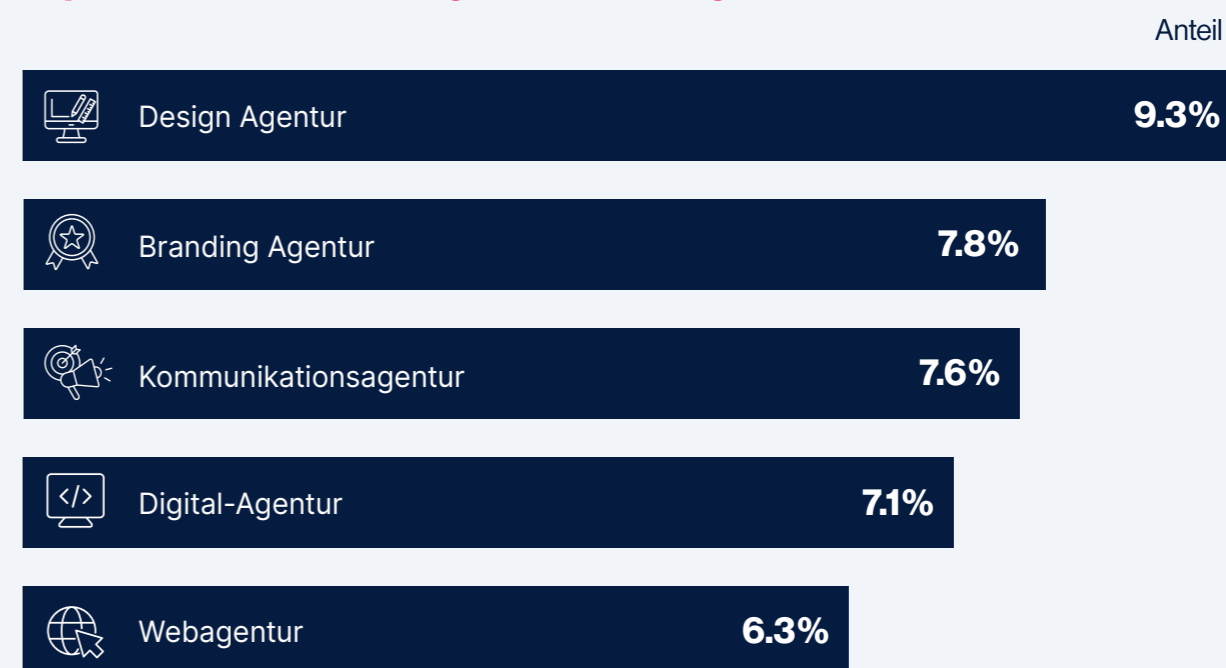
Grundsätzlich ist die Nachfrage nach Marketing Services breit gestreut – nur wenige Services weisen im Vergleich ein signifikant höheres Suchvolumen aus.

Zu den meistgesuchten Services gehören klassische Marketing-Kernleistungen. Sie bilden das Fundament der Nachfrage.

Unternehmenskategorien

Neben konkreten Marketing Services suchen Werbeauftraggeber gezielt auch nach bestimmten Unternehmenskategorien bzw. Agenturtypen.

Top 5 Unternehmenskategorien (Nachfrage)



Anteil (%) am Total der Suchanfragen «Unternehmenskategorie».



Insights

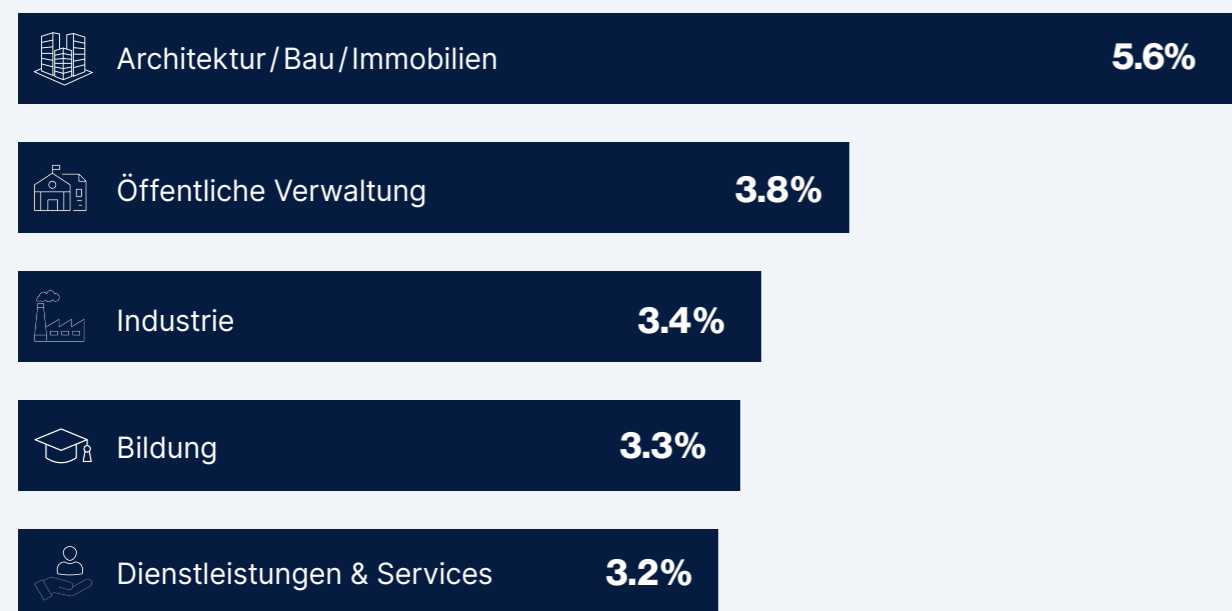
Die Nachfrage nach klassischen Agenturkategorien mit eher breitem Leistungsangebot steht klar im Fokus.

Verglichen mit der Anzahl Suchanfragen im Bereich Services wird markant weniger nach Unternehmenskategorien gesucht.

Branchenerfahrung

Die Auswertung der Suchanfragen nach Branchenerfahrungen zeigt, in welchen Industrien Werbeauftraggeber gezielt nach Marketing Services suchen.

Top 5 Branchenerfahrung (Nachfrage)



Anteil (%) am Total der Suchanfragen «Branchenerfahrung».



Insights

Die Nachfrage nach Agenturen mit spezifischer Branchenerfahrung verteilt sich relativ gleichmässig über verschiedene Branchen.

«Architektur / Bau / Immobilien» ist die meistgesuchte Branchenerfahrung.

› Marktabgleich

Angebot vs. Nachfrage

Die Gegenüberstellung von Anbieterstruktur und Suchverhalten ermöglicht eine datenbasierte Einordnung der Schweizer Marketingbranche aus Angebots- und Nachfrageperspektive. Auf der einen Seite zeigt das Angebot, welche Marketing Services, Unternehmenskategorien und Branchenerfahrungen verfügbar sind. Andererseits liefert die Auswertung der Suchtrends Aufschluss darüber, welche Leistungen und Kompetenzen tatsächlich nachgefragt werden.

Der direkte Vergleich macht sichtbar, wo Angebot und Nachfrage übereinstimmen und wo strukturelle Unterschiede bestehen. Dabei lassen sich drei zentrale Rückschlüsse ziehen:

1. Services im Zentrum der Nachfrage

Über zwei Drittel aller Suchanfragen der Werbeauftraggeber entfallen auf spezifische Marketing Services. Andere Kriterien wie Agenturtypen spielen im Vergleich eine deutlich geringere Rolle.

2. Hohe Übereinstimmung bei Kernleistungen

Services rund um Branding und digitale Präsenz weisen sowohl bei der Angebotsstruktur als auch bei der Nachfrage das höchste Niveau auf.

3. Breite Streuung ausserhalb der Kernleistungen

Neben den Kernleistungen verteilt sich Angebot und Nachfrage auf eine Vielzahl weiterer Marketing Services.

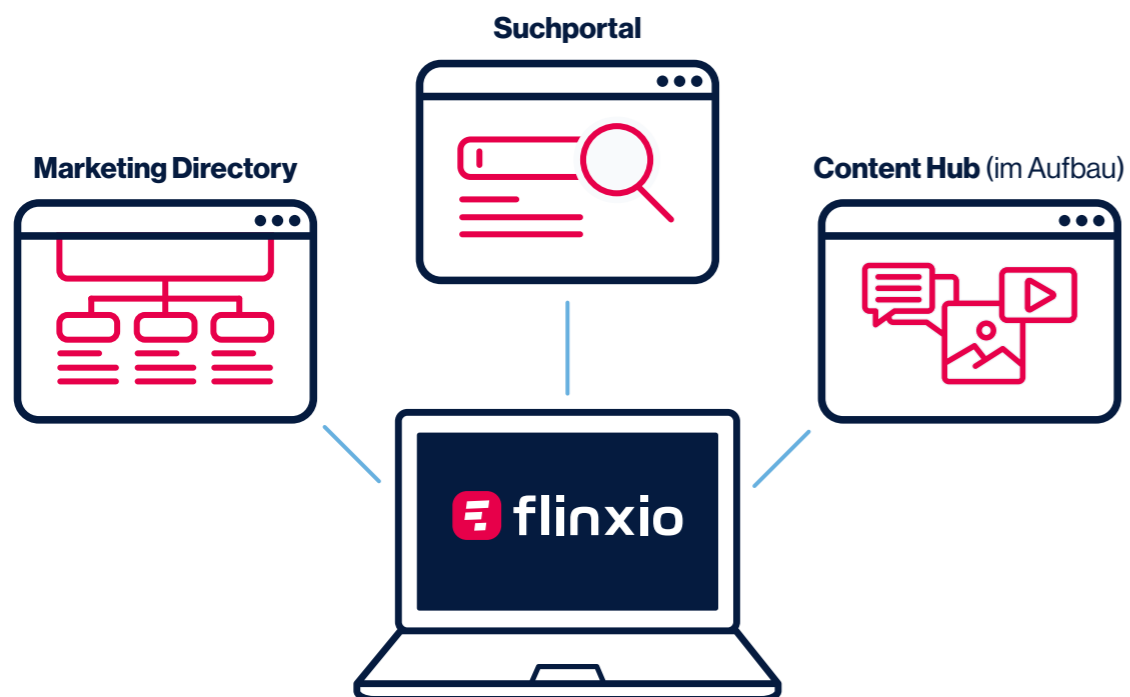


> Über Flinxio

Erfolgreiches Marketing braucht Klarheit. Deshalb schaffen wir Transparenz in der Schweizer Marketingbranche. Unser Ziel ist es, relevante Marktinformationen zur Verfügung zu stellen, um die Orientierung zu verbessern und bessere Entscheidungen zu ermöglichen.

Das Flinxio-Marketingportal:

1. Ein neutrales **Suchportal**, das Werbeauftraggeber und Marketing-Dienstleister zusammenbringt.
2. Ein umfassendes **Marketing Directory**, das alle relevanten Marktakteure sichtbar macht.
3. Ein zentraler **Content Hub**, der Marketingwissen bündelt und Entscheidungsgrundlagen liefert.



B2B-Suchportal für Marketing Services

Das Schweizer B2B-Suchportal für Marketing Services mit allen marktrelevanten Agenturen sowie weiteren Dienstleistern.

- Über 6'500 marktrelevante Dienstleister und rund 300 Marketing Services
- Effiziente und transparente Suche mit relevanten Filterkriterien
- Durchdachte Bewertungsfunktion für verifizierte Bewertungen
- Neutrales und vertrauenswürdigen Portal – keine Bevorzugung durch Paid Ranking



Marketing Directory

Das Marketing Directory von Flinxio bietet eine transparente Übersicht der wichtigsten Akteure in der Schweizer Marketing- und Kommunikationsbranche.

- Rund 100 manuell geprüfte Einträge als umfassende Orientierungshilfe.
- Ganzheitlicher Marktüberblick: Vom Branchenverband bis zum Bildungsinstitut und vom Medienvermarkter bis zur Netzwerk und Interessengemeinschaft.



Content Hub (im Aufbau)

Der Content Hub von Flinxio ist eine zentrale Wissensplattform für die Schweizer Marketingbranche.

- Ausgewählte Fachbeiträge, Trends und Insights aus der Branche
- Direkter Nutzen und garantierte Praxisnähe: Inhalte direkt von Marktakteuren und geprüften Dienstleistern

Unsere Partner

Die folgenden Organisationen und Verbände empfehlen Flinxio:

